

SETTLEMENT MODELS LIST:

1. **“Settlement Models”** - models described below in which Services can be billed. The Settlement Model applicable for particular Services will be specified in the Campaign Order.

- a) **CPC “cost per click”** - calculated as a product of the number of clicks made by the Users and the rate for a click specified in Campaign Order;
- b) **CPM “cost per mile”** - calculated by multiplying the CPM rate by the number of CPM units (one thousand impressions);
- c) **CPV “cost per view”** - calculated by multiplying the CPV rate by the number of completed impressions defined as an impression where a video creation was played in at either 25%, 50%, 75% or 100% of its total duration, as agreed for a specific Service in the Campaign Order;
- d) **CPS “cost per sale”** - calculated as commission for the value of sales transactions delivered in a particular month;
- e) **CPA “cost per action”** - calculated as commission for events described in the Campaign Order that occurred in a particular month;
- f) **Dynamic CPC “dynamic cost per click”** - calculated as a product of number of clicks and variable rate controlled by RTB House;
- g) **CPO “cost per order”** - calculated as commission for orders submitted in a particular month;
- h) **CPCV “cost per completed impression”** - calculated by multiplying the CPCV rate by the number of completed impressions defined as an impression where a video creation was played in at either 25%, 50%, 75% or 100% of its total duration, as agreed for a specific Service in the Campaign Order;
- i) **vCPM “cost per 1.000 in-view impressions”** – calculated for:

PŘEHLED ZPŮSOBU ODMĚŇOVÁNÍ:

1. **“Způsoby vyúčtování”** – způsoby popsané níže, na základě kterých může být účtováno. Vybraný Způsob vyúčtování za vybrané Služby bude specifikován v Objednávce kampaně.

- a) **CPC “cena za proklik”** – vypočtená jako výsledná částka součinu počtu prokliků provedených Uživateli a sazby za proklik specifikované v Objednávce kampaně;
- b) **CPM “cena za tisíc zobrazení”** – se vypočítá vynásobením sazby CPM počtem jednotek CPM (tisíc zobrazení);
- c) **CPV “cena za zobrazení”** - vypočítá se vynásobením sazby CPV počtem dokončených zobrazení definovaných jako zobrazení, při kterém byla videotvorba přehrána po dobu 25 %, 50 %, 75 % nebo 100 % její celkové doby trvání, jak je dohodnuto pro konkrétní Službu v Objednávce kampaně.
- d) **CPS „cena za prodej”** – vypočtená jako provize za hodnotu prodejních transakcí dodaných v daném měsíci;
- e) **CPA „cena za aktivitu”** – vypočtená jako odměna za události popsané v Objednávce kampaně, ke kterým došlo v daném měsíci;
- f) **Dynamic CPC „proměnná cena za proklik”** – vypočtená jako součin počtu prokliků a proměnné sazby ovládané společností RTB House;
- g) **CPO „cost per order”** - vypočtené jako provize za objednávky podané v daném měsíci;
- h) **CPCV „cena za dokončení zobrazení”** - vypočítá se vynásobením sazby CPCV počtem dokončených zobrazení definovaných jako zobrazení, při kterém byla videotvorba přehrána po dobu 25 %, 50 %, 75 % nebo 100 % její celkové doby trvání, jak je dohodnuto pro konkrétní Službu v Objednávce kampaně;
- i) **vCPM „cena za každých 1.000 zobrazení v záběru”** – vypočtená pro:

-
- | | |
|--|--|
| <p>a. Streaming Video - by multiplying the vCPM rate by the number of vCPM units (one thousand in-view impressions whereas in-view impression is defined as an impression where at least 50% of the player is visible on-screen and the page in focus for at least two continuous seconds);</p> <p>b. Display - by multiplying the vCPM rate by the number of vCPM units (one thousand in-view impressions whereas in-view impression is defined as an impression where at least 50% of the banner creation – or 30% if the banner creation is as large or larger in area than 970x250 - is visible to users for at least one continuous second.</p> | <p>a. Streamované video - vynásobením sazby vCPM počtem jednotek vCPM (tisíc zobrazení v záběru, přičemž zobrazení v záběru je definováno jako zobrazení, při kterém je alespoň 50 % přehrávače viditelného na obrazovce a stránka je zaostřena po dobu alespoň dvou nepřetržitých sekund);</p> <p>b. Display - vynásobením sazby vCPM počtem jednotek vCPM (tisíc zobrazení v záběru, přičemž zobrazení v záběru je definováno jako zobrazení, při kterém je alespoň 50 % banneru - nebo 30 %, pokud je banner stejně velký nebo větší než 970x250 - viditelný pro uživatele po dobu alespoň jedné sekundy.</p> |
|--|--|